نقد برنامه‌های آشپزی سیما در گفت‌وگو با زهرا مفاخر دبیر شورای سلامت سازمان صداوسیما

غذاهای تلویزیون سالم است؟

مهدیه آقازمانی

بسیاری بر این باورند که با محدود شدن بودجه صداوسیما، مسوولان این سازمان که چاره‌ای جز درآمدزایی از طریق تبلیغات نداشتند، بیشتر برنامه‌های خود را به محلی برای تبلیغ کالاهای مختلف تبلیغ کردند. دراین بین، گاهی کالاهایی تبلیغ می‌شدند که نه تنها سلامت‌محور نبودند، بلکه سلامت مردم را نیز نشانه می‌گرفتند. اعتراضاتی که از سوی وزارت بهداشت و نهادهای دیگر به این قضیه شد تا حدودی تبلیغات تجاری ناسالم را سامان داد، به طوری که در حال حاضر تبلیغات کمتری را در صداوسیما در مورد تنقلات شور و پرچرب می‌بینیم، اما آنچه اهمیت دارد، این است که با توجه به افزایش بیماری‌های قلبی-عروقی، دیابت و چاقی چالش جدید سلامت در کشورمان مقابله با این بیماری‌هاست که البته ارتباط مستقیمی با رفتارهای تغذیه‌ای افراد دارد. بنابه گفته رئیس دفتر بهبود تغذیه وزارت بهداشت، باوجود تلاش‌های صداوسیما برای بهبود الگوی تغذیه‌ای مردم بعضا در برخی برنامه‌های آشپزی مواد غذایی‌ای تبلیغ می‌شود که سلامت‌محور نیستند. در این زمینه با زهرا مفاخر، دبیر شورای سلامت سازمان صداوسیما گفت‌وگو کرده‌ایم.

سلامت: ابتدا بگویید وقتی قرار است یک برنامه آشپزی ساخته شود، شما چگونه بر آن نظارت دارید؟

همان‌طور که می‌دانید سازمان صداوسیما دارای شبکه‌های متعدد رادیویی و تلویزیونی است. حدود ۲۰ شبکه سراسری تلویزیونی و ۳۲ شبکه استانی در مجموعه رسانه ملی فعالیت می‌کنند. برنامه‌های آشپزی به دلیل ماهیت و علاقه مردم از موضوعاتی است که در بیشتر شبکه‌ها تولید می‌شود، بنابراین، با این حجم تولید امکان‌پذیر نیست که شورای سلامت بتواند بر همه برنامه‌های آشپزی نظارت کند، ولی از آنجا که ماموریت شورای سلامت فراهم‌آوری بستر مناسب برای تولید و انتقال درست پیام به مخاطب در حوزه سلامت است، همواره محتوای مورد نظر در هر زمینه‌ای را از مراجع ذیربط دریافت و آن را به زبان رسانه‌ای تبدیل می‌کند و در اختیار تمام حوزه‌های سازمان ازجمله شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی قرار می‌دهد. درحوزه تغذیه که آشپزی هم‌بخشی از آن محسوب می‌شود محتوای مناسب را تهیه و به حوزه‌های برنامه‌ساز ابلاغ می‌کند. به جرات می‌توان گفت بیشتر شبکه‌ها نیز از مطالب ارائه‌شده استفاده می‌کنند. علاوه بر این، شورای سلامت همواره کمپین‌ها و پویش‌های ملی که در حوزه سلامت برگزار می‌شود، حمایت کرده و اطلاعات مناسب را برای پوشش و هم‌راهی رسانه ملی با پویش‌های مذکور تهیه و در کل سازمان صداوسیما ارائه می‌کند، مانند کمپین ۱۲۳ تغذیه سالم که در دی ماه ۹۵ برگزار شد یا پویشی که در دی ماه ۹۴ ایجاد شد و تمام نهادها در راستای کاهش مصرف نمک، روغن و شکر به اطلاع‌رسانی گسترده‌ای اقدام کردند. شورای سلامت رسانه ملی نیز در مناسبت‌های مذکور مطالبی را در قالب زیرنویس و همچنین برنامه‌های کوتاه انیمیشنی تولید کرد و برای پخش گسترده و منسجم در اختیار تمام شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی سراسری و استانی قرار داد. همچنین گاهی محتواهای کلی تهیه می‌شود که برای آگاهی مدیران رسانه ملی در اختیار آنها قرار می‌گیرد. به طور مثال، یکی از زمینه‌هایی که در حال حاضر مردم عزیزمان نسبت به آن ابهام دارند و تاحدی می‌توان گفت تشخیص درست از نادرست کمی مشکل شده، مباحث طب سنتی است. درنتیجه شورای سلامت باهمکاری مراجع ذیربط محتوای کلی مبتنی بر یافته‌ها و نیازهای رسانه‌ای را تهیه و به تمام حوزه‌های سازمان ابلاغ کرد.

سلامت: اما در برخی برنامه‌های آشپزی مواد غذایی مانند نمک دریا تبلیغ می‌شود که اصلا مجوز بهداشتی ندارد یا عادت‌های غذایی تبلیغ می‌شود که برای سلامت مردم مناسب نیست!

اینکه در یک یا دو برنامه تلویزیونی موضوعی مطرح شود که مغایر با اصول علمی باشد نمی‌تواند مبنای متقنی برای قضاوت باشد. بدیهی است در سازمانی با این گستردگی که حجم عظیمی از نیروی انسانی برنامه‌ساز در آن فعالیت می‌کنند، بیان چند موضوع که صددرصد منطبق با اصول علمی نیست، خیلی عجیب نیست و منطقی نیست فقط به همان چند مورد در تمام مباحثمان استناد کنیم. نمک دریا نیز از همین گروه است که در یکی-دو برنامه آشپزی اعلام و سریعا هم پایگیری شورای سلامت اصلاح شد. محتوای رسانه ملی به‌طور کلی دو گروه است؛ یکی جنبه تبلیغی دارد و یکی جنبه آموزشی. بدون تردید هر آنچه که از رسانه ملی تبلیغ می‌شود، مجوز مراجع ذیربط را دارد، ولی ممکن است در برنامه‌های روتین مانند آشپزی‌ها گاهی مطالبی گفته شود که مبنای علمی آن دقیق نیست و این موارد انگشت‌شمار است. درمواردی هم که نکات این‌چنینی مطرح می‌شود، شورای سلامت با حوزه مربوط ارتباط برقرار می‌کند و محتوای درست را در اختیار آن حوزه قرار می‌دهد تا بار دیگر تکرار نشود.

سلامت: آیا شما در برنامه‌های آشپزی برای اینکه محتوای پیامی که به مردم می‌رسد در جهت سلامت آنها باشد از کارشناسان یا متخصصان تغذیه استفاده می‌کنید؟

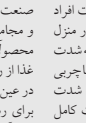
تقریبا ۹۰ درصد برنامه‌های آشپزی صداوسیما کارشناس تغذیه دارند. علاوه براین، همان‌طور که عرض کردم محتواهای کلی هم در اختیار برنامه‌سازان قرار می‌گیرد تا مبنای کارشان باشد. به عنوان مثال، در محتوایی که درخصوص طب سنتی تهیه شد، یکی از موضوعات استفاده از ژله بود. ژله برخلاف باور عمومی هیچ ارزش تغذیه‌ای ندارد. درنتیجه در این مجموعه محتوایی اعلام شد که تا حد ممکن از تبلیغ و نشان دادن ژله، به‌خصوص در برنامه‌های آشپزی خودداری شود، ولی نکته‌ای که در این زمینه وجود دارد اینکه ذائقه مردم تغییر کرده و به‌خصوص نسل جوان به استفاده از غذاهای مدرن و فست‌فودها گرایش بیشتری نسبت به غذاهای سنتی دارد، بنابراین همان‌طور که گفتم رسانه ملی نمی‌تواند درخصوص نوع خوردن برای مردم تعیین تکلیف کند، ولی می‌تواند اطلاعات درست را به انحای مختلف در اختیار آنها قرار دهد و سعی کند باور و رفتار جامعه را نسبت به مصرف غذاهایی که ارزش تغذیه‌ای درستی ندارد، اصلاح کند. در بسیاری از کشورها برای تغییر رفتار جامعه در حوزه تغذیه همه دستگاه‌ها هم‌راستا با یکدیگر فعالیت می‌کنند. به‌طور مثال، کشور فرانسه تولید و توزیع نوشابه را به‌طور کامل ممنوع کرد و رسانه هم همگام با این اقدام فرهنگ‌سازی کرد. گاهی سال‌ها طول می‌کشد تا بتوان نگرشی را به یک رفتار تبدیل کرد. کشور فنلاند طی بیش از یک دهه توانست مصرف نمک را ۲ درصد کاهش دهد. حتی نمونه بارز این امر در کشور خودمان فرهنگ بستن کمربند ایمنی است که با اقدام نیروی انتظامی، شهرداری و رسانه ملی بعد از گذشت یک دهه هنوز صددرصد انجام نمی‌شود، ولی تقریبا به یک فرهنگ عمومی تبدیل شده است.

برنامه‌های آشپزی به دلیل ماهیتشان و علاقه مردم از موضوعاتی است که در بیشتر شبکه‌ها تولید می‌شود و با این حجم تولید دیگر امکان‌پذیر نیست که شورای سلامت بتواند بر همه برنامه‌های آشپزی نظارت کند، ولی از آنجاکه ماموریت شورای سلامت فراهم‌آوری بستر مناسب برای تولید و انتقال درست پیام به مخاطب است، همواره محتوای مورد نظر در هر زمینه‌ای را از مراجع ذیربط دریافت و به زبان رسانه‌ای تبدیل می‌شود

سلامت: حتی علاوه بر برنامه‌های تلویزیونی در تبلیغات تلویزیونی نیز برخی مواد غذایی تبلیغ می‌شود که اصلا سلامت‌محور نیستند. در این زمینه شورای سلامت سازمان چگونه اعمال نظر می‌کند؟

هر چه که از رسانه ملی تبلیغ می‌شود، براساس مجوزهای لازم مراجع ذیربط است و رسانه ملی هیچ محصولی را بدون بررسی و دریافت مجوز تبلیغ نمی‌کند. همچنین حوزه تبلیغات سازمان صداوسیما نیز در بسیاری از موارد تبلیغ برخی محصولات را با وجود اینکه در جامعه وجود دارد، از دستور کار خود خارج کرده مانند نوشابه‌ها، پفک و... و تا حد ممکن از محصولات جایگزین استفاده می‌کند، مثلا به جای تبلیغ پفک، محصولات مرتبط با مغزها را که ارزش غذایی بیشتری دارد، تبلیغ می‌کند، ولی نکته مهم این است که وقتی موضوعی چه خوراکی، چه رفتاری و... باعث ضرر رساندن به مردم است باید درصورت منع استفاده از آنها، موارد جایگزین آنها نیز معرفی شود. فقط نمی‌توان گفت که این خوراکی مصرف نشود یا این نوع پوشاک استفاده نشود، بلکه باید کنار آن راهکارهای جایگزین نیز اعلام شود که پذیرش آن از سوی مردم هم راحت‌تر باشد، ولی با اطمینان اعلام می‌کنم که رسانه ملی نقش خود را تا حد زیادی به درستی در این زمینه ایفا کرده و برنامه‌های خوبی را در حوزه تغذیه، مصرف غذاهای سالم و... تولید کرده است. شاهد این ادعا هم فضای جامعه است که مردم با دقت بیشتری غذای خود را انتخاب و تا حد ممکن برای مصرف غذاها و خوراکی‌های جدید تحقیق می‌کنند و این موضوع یکی از اولویت‌های مردم شده است. حتی شبکه سلامت سیما علاوه بر برنامه‌های متنوعی که در حوزه تغذیه تولید و پخش کرده، اخیرا مستند ۱۱ قسمتی‌ای تحت عنوان «راز غذا» را پخش کرد که به مفاهیم اصلی و باورهای پایه در حوزه تغذیه اشاره کرد و در چند برنامه نیز طب مدرن و طب سنتی در حوزه تغذیه را مورد بحث قرار داد و با ایجاد فضای چالشی میان این دو سعی کرد مردم را به تفکر و چگونگی تحقیق در این زمینه وادارد تا بتوانند تصمیم درستی بگیرند. برای ارتقای سلامت جامعه لازم است تمام دستگاه‌های مرتبط در یک جهت و همگام با هم حرکت کنند. رسانه ملی صرفا می‌تواند سطح سواد جامعه را ارتقا دهد، ولی تحقق سایر ملزومات در این زمینه همکاری نهادهای دیگر را می‌طلبد.

چگونه می‌توانیم یک برنامه آشپزی پرطرفدار بسازیم؟



سامان گلریز
مدرس آشپزی

به نظر من اگر یک برنامه آشپزی بخواهد پرطرفدار باشد، باید دکوری زیبا داشته باشد و خوش‌سلیقه اجرا شود. در عین حال بسیار مهم است که تهیه‌کننده برنامه آموزش آشپزی، دانش تغذیه‌ای مناسب و وجدان داشته باشد تا به خاطر تبلیغات و به هر قیمتی هر موضوعی را در برنامه‌اش مطرح نکند. از سوی دیگر، مجری و آشپزی که برنامه را می‌گرداند، باید سواد کافی درمورد غذاهای ملل و اهمیت مواد غذایی ارگانیک داشته باشد. به‌علاوه، خواص مواد غذایی و سبزیجاتی که استفاده می‌کند را بداند و مهم‌تر اینکه سفر کرده باشد و با تاریخ غذاهای کشورش و سایر کشورها آشنا باشد و در عین حال، بداند که میلیون‌ها نفر او را تماشا می‌کنند و صحبت‌های او را باور دارند. من معتقدم که اگر این فرد به این موارد توجه کند و به آنچه که آموزش می‌دهد، اعتقاد داشته باشد و حاضر باشد غذایی که آموزش می‌دهد را سرسفره فرزندان و خانواده خود بگذارد، می‌تواند موفق باشد.

مشکلات برنامه‌های آشپزی در گوشه و کنار جهان

ترجمه: سمیه مقصودعلی

انتخاب و رفتارهای غذایی و درنتیجه سلامت تغذیه‌ای در یک جامعه تحت‌تاثیر برخی عوامل تعیین‌کننده از جمله عوامل فردی، جمعی، سیاسی و اجتماعی است. تحقیقات بی‌شمار در این حوزه تاییدی بر رابطه بین مهارت‌های آشپزی افراد جامعه و انتخاب‌های غذایی آنها مخصوصا در حوزه خانواده است.

طبق آمار، همراه با پیشرفت صنعت تغذیه در دنیا و صنعتی شدن غذاها در دهه‌های گذشته تولید برنامه‌های آشپزی نیز کمتر و جهت‌دار شده و این موضوع بر سلامت افراد جامعه بی‌تاثیر نبوده است. برخلاف غذایی که در منزل تهیه می‌شود، میزان کالری غذاهای صنعتی و آماده به شدت بالاست. دلیل آن هم بالابودن میزان چربی مخصوصا چربی اشباع، سدیم و قند در این نوع مواد غذایی و به شدت فقیر بودن آنها از لحاظ میوه، سبزیجات و غلات کامل است. به دنبال رشد تولید مواد غذایی صنعتی و گرایش مردم به آن سمت، مهارت‌های آشپزی و تلاش برای تولید برنامه‌های مرغوب از این نوع نیز افت کرده است. دلیل آن هم واضح است؛ مواد غذایی صنعتی به شدت از غذاهای سنتی فاصله گرفته‌اند و این مسأله باعث شده غذاهای سنتی در نظر مردم مخصوصا زنانی که شاغل هستند و فرصت کافی برای کسب مهارت آشپزی ندارند، سخت و وقت‌گیر به نظر برسد.

به‌علاوه، تمامی گروه‌ها و مشاغل مشارکت‌کننده در تولید غذا مخصوصا خرده‌فروشان و عمده‌فروشان و رستوران‌داران تاثیر نامطلوبی بر انتخاب غذا و عادت‌های مصرف‌کنندگان دارند. در کل، صنعت غذا درهای برای انتخاب درست غذاست زیرا تصمیم می‌گیرد چه محصولاتی باید وارد بازار شود و با برخی راهکارهای بازاریابی می‌تواند رفتارها و عادت‌های غذایی مردم را اصلاح کند. در سال‌های اخیر صنعت غذا وارد مذاکره با دولت‌ها و موسسات تحقیقاتی و مجامع بین‌المللی شده و سیاست‌ها در جهت توسعه محصولات سالم بوده است. با این حال برای اینکه صنعت غذا از رواج نیفتد، همچنان باید محصولات غذایی آماده در عین خوشمزگی مقرون به صرفه و ارزان تولید شوند. برای رسیدن به این هدف صنایع غذایی به طور فعال با نوآوری و توسعه محصولات و ارائه آموزش سعی کرده در عین بالا بردن اطلاعات غذایی بر انتخاب‌های غذایی کودکان و خانواده‌ها هم تاثیر بگذارند. عدم علاقه و مشغولیت خانم‌ها به کارهای خارج از منزل باعث شد بیشتر مردان و نوجوانان وارد عرصه تولید غذا شوند و با توجه به اطلاعاتی که از سوی صنایع غذایی در اختیار آنها قرار گرفت، واضح و طبیعی است که مهارت‌های آشپزی سنتی و اصیل کم‌کم به دست فراموشی سپرده شود و این مساله در آینده اثر نامطلوبی بر خانواده‌ها خواهد داشت و تاریخ غذایی جامعه را به دست فراموشی می‌سپارد. در برخی از کشورها به عنوان مثال در کانادا حتی با تغییر کتاب‌های درسی معرفی برخی سنت‌ها از جمله برخی غذاهای سنتی حذف یا داشتن آنها اختیاری شد. دلیل این موضوع هم سازگاری بیشتر با مقاصد صنعتی و تجاری بوده است.

به این ترتیب، افزایش وابستگی به غذاهای آماده و کاهش اطلاعات درمورد طبخ غذاهای سنتی باعث شده مردم بیشتر به مصرف مواد غذایی آماده رو بیاورند که بسیار گران‌تر از غذاهای سنتی خواهد بود و متاسفانه این مساله می‌تواند بر سلامت غذایی خانواده‌های کم‌درآمد اثر منفی بگذارد. یکی از موثرترین راهکارهای ارتقای سلامت، توانایی افراد و خانواده‌ها برای انتخاب غذای آگاهانه است. در کل، ۷۶ درصد زنان و ۵۸ درصد مردان آشپزی را از مادران خود آموخته‌اند و این موضوع ارتباطی به طبقه اجتماعی و سطح سواد آنها نداشته است. در افرادی که از لحاظ اجتماعی و اقتصادی در رتبه‌های بالایی هستند، کتاب‌های آشپزی دارای اهمیت بالاتری است. با توجه به این موضوع، نقش زنان به عنوان مادرانی که باید شیوه درست زندگی را از لحاظ تغذیه‌ای به فرزندانشان بیاموزند و نقش نگارندگان کتاب‌های آموزشی آشپزی مشخص می‌شود.

طبق آمار، ۹۴ درصد زنان و ۸۰ درصد مردان به برنامه‌های آشپزی تلویزیون اطمینان کامل دارند و بر اساس اطلاعاتی که در مورد مفید یا مضر بودن یک ماده غذایی به آنها داده می‌شود، آشپزی می‌کنند. جالب است که ۷ درصد زنان و ۲۵ درصد مردان به اندازه کافی اعتمادبه‌نفس ندارند تا بدون کتاب یا برنامه آشپزی دست به کار شوند.

داده‌های مربوط به خرید و مصرف مواد غذایی در سطح ملی و بین‌المللی نیز به وضوح نشان داده الگوهای انتخاب غذا و الگوی مصرف در همه زیرگروه‌های جمعیت‌شناختی تغییر کرده و مردم روز به روز بیشتر به سمت مصرف غذاهای آماده گرایش پیدا می‌کنند. این نوع غذاها در حال حاضر بخش جدایی‌ناپذیری از عادت‌های غذایی فرد و خانواده‌ها شده است. اصلاح این عادت‌ها هم با انتقال مهارت‌های پایه در آشپزی سنتی ارتباط دارد. البته نتایج نشان داده، افرادی که فرصت مشاهده و آموختن این نوع غذاها را داشته‌اند شیوه درست‌تری از زندگی را انتخاب کرده و انتخاب‌های غذایی سالم‌تری داشته‌اند.

منبع: وزارت بهداشت کانادا

نگاه متخصص تغذیه

دکتر زهرا عبداللهی
رئیس دفتر بهبود تغذیه وزارت بهداشت

چرا در برنامه‌های آشپزی دنبه و نمک دریا را تبلیغ می‌کنید؟

تلویزیون دانشگاه مردمی است و مردم هرچه در تلویزیون می‌بینند و می‌شنوند، می‌پذیرند، بنابراین می‌توانیم از ظرفیت آن برای سلامت مردم و بهبود وضعیت تغذیه‌ای آنها استفاده کنیم. با توجه به مشکلات تغذیه‌ای که در کشور وجود دارد؛ یعنی مصرف زیاد قند، نمک، چربی و غذاهای سرخ‌شده که جزو عوامل خطرساز ابتلا به بیماری‌های غیرواگیر؛ یعنی دیابت، بیماری‌های قلبی-عروقی، سرطان‌ها و چاقی محسوب می‌شوند، در راستای سیاست‌های ملی با همکاری رسانه‌ها، به‌ویژه تلویزیون می‌خواهیم به مردم بگوییم باید عادات غذایی‌شان را اصلاح کنند. اصلاح عادت‌های غذایی نیز یعنی مردم در هر سنی باید روغن و نمک کمتری مصرف کنند.

در کل، تلویزیون می‌تواند به طور مستقیم و غیرمستقیم در انتقال این پیام‌ها کمک کند تا مشکلاتی که در الگوی غذایی مردم است، اصلاح شود، ولی متاسفانه در برخی برنامه‌های آشپزی می‌بینیم برخلاف آنچه ما می‌گوییم که غذای مردم نمک کمتری داشته باشد و حتی الامکان کمتر سرخ شود، این اتفاق نمی‌افتد. به‌عنوان مثال در برنامه‌های آشپزی حتی به مزایای روغن حیوانی اشاره می‌شود و اینکه روغن حیوانی برای سلامت مفید است یا برای تهیه آبگوشت می‌گویند حتما دنبه در آبگوشت بریزید، در حالی که برعکس است و دنبه اسید چرب اشباع دارد و باعث گرفتگی عروق و بیماری‌های قلبی-عروقی می‌شود. حتی در برخی برنامه‌ها نمک دریا تبلیغ می‌شود، در صورتی که اصلا این نمک مصرف انسانی ندارد چون مجوز تولید ندارد و بدون پد است حتی دارای انواع ناخالصی‌هاست. از آنجایی که در کشور سال‌ها کمبود ید داشتیم، پد چند سال است که به نمک اضافه می‌شود به مردم می‌گویید نمک پددار تصفیه‌شده مصرف کنند. البته باید نمک را هم به مقدار کم مصرف کنند چون مصرف زیاد نمک باعث بروز فشارخون می‌شود.

در کل، پیشنهاد ما این است که برنامه‌های تلویزیونی اعم از کودک، نوجوان، خانواده، مسابقه، فیلم و سریال در جهتی باشند که مردم به سمت رفتارهای غذایی درست هدایت شوند. رفتارهای غذایی درست یعنی مصرف بیشتر میوه و سبزی و مصرف کمتر نوشابه‌های گازدار و قندی و غذاهای چرب و سرخ‌شده.

البته در سال‌های اخیر، رادیو و تلویزیون همکاری‌های نزدیکی با وزارت بهداشت داشته‌اند، به گونه‌ای که هم برنامه‌های کارشناسی خوبی ساخته شده و هم در برگزاری بسیج‌های تغذیه به ما کمک کرده‌اند. در مورد نمک دریا نیز رسما با صداوسیما مکاتبه کرده‌ایم که نباید تبلیغ شود و تلویزیون این موضوع را برای همه شبکه‌های استانی ابلاغ کرده، ولی گاهی می‌بینیم در برخی برنامه‌ها همچنان تبلیغ می‌شود. به علاوه، بهتر است مدرس آشپزی برنامه بیان نکات تغذیه‌ای را به کارشناس تغذیه بسپارد تا هم مطالب به درستی به مردم منتقل شوند و هم عادت‌های غذایی سلامت‌محور تبلیغ شوند.

زیرا دیده شده که گاهی مدرسان آشپزی که در صداوسیما دستور تهیه غذایی را آموزش می‌دهند، بین آموزش‌هایشان مردم را تشویق به عادت‌های تغذیه‌ای می‌کنند که خیلی سنتی است و باتوجه به افزایش بیماری‌های غیرواگیر میان گروه‌های مختلف سنی می‌تواند منجر به بروز بیماری در افراد مستعد شود، بنابراین، بهتر آن است که اگر ضرورتی وجود دارد، کارشناس تغذیه در مورد نکات تغذیه‌ای و رفتارهای سلامت‌محور تغذیه‌ای، به مردم آموزش دهد.